

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SAYUR WORTEL ORGANIK**

OLEH:

APRINA SIMANGUNSONG



UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS PERTANIAN

MALANG

2017

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SAYUR WORTEL ORGANIK**

**Oleh
APRINA SIMANGUNSONG
135040101111233**

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Pertanian Strata Satu (S-1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
MALANG
2017**

LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan

MAJELIS PENGUJI

Penguji I,

Penguji II,

Hesthi Utami N.,SP,Dip.EMD,MEMD,PhD

NIP. 80022041 2013 2

Andrean Eka Hardana, SP.,MP.,MBA

NIK. 201607900818 1 001

Penguji III,

Penguji IV

Dr. Ir. Budi Setiawan, MS

NIP. 19550327 198103 1 003

Destyana Ellingga P, SP., MP., MBA.

NIP. 198712242015042004

Tanggal Lulus:

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : **ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYUR WORTEL
ORGANIK**

Nama Mahasiswa : Aprina Simangunsong

NIM : 135040101111233

Program Studi : Agribisnis

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II

Dr. Ir. Budi Setiawan, MS

NIP. 19550327 198103 1 003

Destyana Ellingga Pratiwi, SP., MP.

NIP. 198712242015042004

Mengetahui,

Ketua

Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

Mangku Purnomo, SP., M.Si., Ph.D.

NIP. 19770420 200501 1 001

Tanggal Persetujuan :

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil dari penelitian saya sendiri, dengan bimbingan komisi pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, Agustus 2017

Aprina Simangunsong

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Pematang Siantar pada tanggal 1 April 1996 sebagai putri kelima dari enam bersaudara dari Bapak Anton Simangunsong dan Ibu Risma Sidabutar.

Penulis menempuh pendidikan dasar di SD Negeri 122394 Pematang Siantar pada tahun 2001 sampai tahun 2007, kemudian penulis melanjutkan ke SMP Negeri 4 Pematang Siantar pada tahun 2007 sampai tahun 2010, dan penulis melanjutkan ke SMA Negeri 1 Pematang Siantar pada tahun 2010 sampai dengan 2013. Pada tahun 2013 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Strata-1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang, Jawa Timur melalui jalur SNMPTN.

Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah aktif dalam kepanitiaan *Christian Community* pada tahun 2013 sampai pada tahun 2016, penulis juga pernah aktif dalam kepanitiaan *Entrepreneur School* pada tahun 2014 dan penulis juga aktif dalam kepanitiaan UAKK pada tahun 2015.

RINGKASAN

Aprina Simangunsong 13504010111233 Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Wortel Organik. Di Bawah Bimbingan Prof.Dr.Ir.Budi Setiawan, MS. dan Destyana Ellingga Pratiwi, SP., MP.

Pada saat ini konsumen semakin cerdas dan selektif dalam memilih produk yang akan dibeli dan dikonsumsi. Seiring semakin cerdasnya konsumen dan semakin bertambahnya pilihan produk yang ada di pasar, menimbulkan persaingan yang ketat antar produsen dalam usaha memperebutkan perhatian konsumen yang ada di pasar untuk membeli produknya. Karakteristik responden pada perilaku konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu barang atau jasa. Keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk atau jasa sangat beragam dikarenakan konsumen memiliki perilaku yang berbeda-beda terhadap setiap produk atau jasa yang dibutuhkan.

Sayur organik adalah salah satu produk yang menjadi pilihan konsumen di dalam keputusan pembelian. Sayuran organik memiliki keunggulan yaitu mengandung vitamin, protein, mineral, serat, karbohidrat dan air yang sangat berguna bagi tubuh serta tidak mengandung senyawa beracun yang dapat mengganggu kesehatan manusia. Keunggulan sayuran organik yang meningkat maka akan semakin meningkat pula produksi sayuran organik yang dijual. Namun semakin meningkatnya produksi sayuran organik, pembelian terhadap sayuran organik semakin menurun. Pembelian sayur organik yang menurun diakibatkan karena adanya faktor dan atribut yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian terhadap sayur organik. Berdasarkan dari pembahasan tersebut perlu dilakukannya penelitian tentang analisis perilaku konsumen. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis atribut-atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dan menganalisis perilaku konsumen terhadap sayur organik.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai dengan Juni 2017. Lokasi penelitian pada Mall X Kota Malang dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa Kota Malang salah satu kota yang menghasilkan sayuran organik dan

dipasarkan di Mall X. Penentuan responden menggunakan *accidental sampling*, dengan teknik penentuan sampel berdasarkan ketidaksengajaan yaitu konsumen yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel dengan kriteria yang tepat sebagai sumber data. Metode analisis yang digunakan adalah uji statistik inferensial yang bertujuan untuk menganalisis atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian sayur wortel organik dan analisis kuantitatif dengan menggunakan Model Sikap Multiciri Fishbein yang bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sayur wortel organik.

Penelitian ini menghasilkan atribut yang menjadi pertimbangan konsumen adalah atribut kebersihan, kesegaran dan manfaat. Atribut kebersihan dapat dipertimbangkan karena konsumen melihat sayur wortel organik yang ada pada kemasan terlihat bersih serta kemasan dan *packaging* terlihat tersusun rapi dan bersih. Atribut kesegaran dapat dipertimbangkan karena konsumen melihat bahwa kesegaran dari sayur wortel organik akan mempengaruhi gizi yang terkandung. Sedangkan atribut manfaat dipertimbangkan konsumen karena sayur wortel organik memiliki gizi dan manfaat yang dapat dikonsumsi oleh semua kalangan. Keputusan konsumen terhadap pembelian sayur wortel organik bersikap dengan maksud berperilaku netral. Sikap dengan maksud berperilaku netral diakibatkan karena konsumen berpendapat bahwa untuk membeli dan mengonsumsi sayur wortel organik tidak menjadi kebutuhan pokok sehingga konsumen lebih bersikap dengan maksud berperilaku netral.

Saran yang dapat diberikan pada penelitian ini adalah bagi konsumen lebih memperhatikan akan pentingnya kesehatan dengan mengonsumsi pangan organik seperti sayur wortel organik. Karena dengan mengonsumsi sayur wortel organik lebih memiliki banyak gizi dan manfaat demi menjaga kesehatan dengan cara mengonsumsi sayur organik yang menjadi kebutuhan setiap konsumen.

SUMMARY

Aprina Simangunsong. 135040101111233. The Analysis Of Consumer Behavior To Wards The Decision To Purchase Organic Carrot Vegetable. Supervised by Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS And Destyana Ellingga Pratiwi,SP.,MP.,MBA

Nowadays consumers become smarter and more selective in choosing which products to be purchased and consumed. The condition is causing an intense competition among producers in an effort to seize consumers who are in the market to buy their products. Consumer decision in purchasing of a product is very diverse because consumers have different behavior toward each product or service that is needed.

One of the decisions that consumers have to make is when whether they should purchase organic vegetables. Organic vegetables have some advantages such as containing vitamins, proteins, minerals, fiber, carbohydrates and water which are very useful for the body, and also they do not contain toxic compounds that can interfere the human health. These advantages should increase the amount of organic vegetables that are sold even though the reduction of is increasing, decreasing. It's this is because, there are factors and attributes that influence consumers behavior in purchasing organic vegetables. Therefore, this research is paramount to be conducted. The purpose of this research is to analyze the attributes that become consumer considerations to purchase organic vegetables and also analyze their behavior towards organic vegetables.

This research was conducted on May until June 2017 at Mall X, Malang City which was chosen based on the consideration that Malang is one of the cities that produce organic vegetables and sold them at malls, such as Mall X. Accidental sampling, was chosen to determine the number of respondents. The respondents were the buyers of organic vegetables who accidentally met with the researcher at the supermarket of Mall X. The inferential statistical test is used to analyze the attributes of consumer consideration in the purchasing decision of organic carrot vegetables. Moreover Multiciri Fishbein Attitude Model is used to analyze consumer behavior toward the purchasing decision of organic carrot vegetable.

This results of this research show that there are attributes which are hygiene, freshness and benefit. The attributes of hygiene are considered because consumers saw that carrots as the organic vegetables looked neat and clean on the package. The attributes of freshness are considered because consumers thought that the freshness of the product will influence its nutritional content. Moreover the benefits of attributes are considered by the consumers because the benefit of consuming organic vegetables could be previewed by everyone in the community.

The research suggests that consumers should pay more attention to the importance of health by consuming organic food such as organic carrot vegetables. This is because by consuming organic carrot vegetables, it can give more nutrients and benefits for the sake of maintaining health which later on become the need of every consumer.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan perlindungan-Nya penulis dapat menyusun skripsi saya yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Wortel Organik” dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis atribut-atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian sayur wortel organik dan menganalisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sayur wortel organik.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, M.S selaku dosen pembimbing satu yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan bimbingan yang sangat bermanfaat kepada penulis. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Destyana Ellingga Pratiwi, SP., MP., MBA selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan bimbingan yang sangat bermanfaat kepada penulis. Hesthi Utami N, SP, Grad, Dip, EMD, MEMD, PhD selaku dosen penguji satu yang telah menguji dan memberikan arahan dan motivasi untuk perbaikan skripsi penulis. Andrean EkaHardana, SP., MP., MBA selaku dosen penguji dua yang telah menguji dan memberikan arahan dan motivasi untuk perbaikan skripsi penulis. Civitas akademika Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang membantu dalam pelancaran skripsi ini. Untuk semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir penulis.

Penulis berharap semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi perusahaan dan bagi banyak pihak agar dapat memberikan penambahan pemikiran untuk kemajuan ilmu pengetahuan

Malang, 11 Agustus 2017

Penulis

DAFTAR ISI

RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Kegunaan Penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Penelitian Terdahulu.....	5
2.2. Tinjauan Sayur Organik	8
2.3 Teori Tentang Atribut Produk	10
2.3.1 Pengertian Atribut Produk.....	10
2.3.2 Komponen-Komponen Atribut Produk	10
2.4. Teori Perilaku Konsumen.....	11
2.4.1. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	12
2.5. Teori Keputusan Pembelian	16
III. KERANGKA PEMIKIRAN	19
3.1. Kerangka Pikir.....	19
3.2. Hipotesis	23
3.3. Batasan Masalah	23
3.4. Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	23
IV. METODE PENELITIAN	30
4.1. Metode Penentuan Lokasi	30
4.2. Metode Penentuan Responden	30
4.3. Metode Pengumpulan Data	31
4.4. Metode Analisis Data	32
4.4.1. Uji Stastistik Inferensial	32
4.4.2. Analisis Kuantitatif.....	33
4.4.3. Analisis Model Perilaku Konsumen.....	29
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	36
5.1 Karakteristik Responden	36
5.2 Uji Statistik Inferensial.....	40
5.2.1. Hasil Uji Cochrn Q Test.....	40
5.3 Analisis Kuantitatif.....	42
5.3.1. Hasil Uji Validitas	42
5.3.2. Uji Reabilitas	44
5.3.3. Hasil Analisis Model Sikap.....	44
5.3.4. Hasil Analisis Model Perilaku.....	45
5.3.5. Hubungan Sikap dan Keinginan Bertindak	47

VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	43
6.1 Kesimpulan.....	49
6.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1	Pengukuran Variabel Atribut	24
2	Perhitungan Skala Interval Sikap (AB).....	34
3	Perhitungan Skala Interval Sikap Terhadap Perilaku (A_{act})	35
4	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	38
7	Karakteristik Reponden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
8	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	39
9	Atribut Valid dan Tidak Valid Pada Sayur Wortel Organik Berdasarkan Analisis Cochran Q Test	41
10	Uji Validitas Kuisisioner	43
11	Pengelompokan Responden Berdasarkan Sikap	45
12	Pengelompokan Responden Berdasarkan Sikap Maksud Perilaku (BI).....	46
13	Hubungan Sikap dan Keinginan Bertindak (BI)	47

DAFTAR GAMBAR

No	Teks	Halaman
1	Skema Kerangka Pemikiran.....	22

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
	Lampiran 1. Hasil Olahan Data Menggunakan SPSS 20.0.....	54
	Lampiran 2. Analisis Data	54
	Lampiran 3. Dokumentasi	94